

*И.В. Бовтун*

## **Развитие туризма в Западно-Сибирском регионе (1991–2007 гг.)**

Большой удар по туризму и деятельности туристских организаций нанес распад СССР в декабре 1991 г., так как плановые туристские маршруты, как правило, проходили по центрам нескольких союзных республик, а вне этих маршрутов отдельные регионы не представляли особого интереса для туристов. Снижению уровня внутреннего туризма способствовала также либерализация цен, имеющая целью создать в стране рыночную экономику, что привело к резкому удорожанию туристско-экскурсионных услуг. Снижение уровня внутреннего туризма в Западной Сибири и почти полное отсутствие въездного туризма привело в начале 1990-х гг. к разрушению существовавшей материальной базы туризма и невостребованности турпродукта региона.

У туристских предприятий и бюро путешествий и экскурсий региона наблюдается резкое снижение обслуживания по количеству туристов. Например, «Томсктурист» в I квартале 1992 г. снизил объем обслуживания по количеству туристов по сравнению с I кварталом 1991 г. на 12,4% (за I квартал 1991 г. было обслужено 17,8 тыс. чел., а в I квартале 1992 г. – 15,6 тыс. чел.) [1, л. 182].

В 1991 г. на Алтае объем обслуживания туристов резко сократился, например, на турбазе «Золотое озеро» оно составило 85% от уровня 1988 г., турбазе «Катунь» – 41%, туристском комплексе «Алтай» – 37%, турбазах «Юность» и «Рассвет» – 29 и 19% соответственно, однако в гостинице «Турист» – 102% [2, с. 90].

В то же время в 1991–1998 гг. в туристском секторе региона произошли существенные изменения, когда туристская отрасль стала важным и интенсивно развивающимся звеном экономики региона. Именно в этот период регионы получили большую самостоятельность, при этом «каждый пошел своим путем».

К началу 1990-х гг. в Западной Сибири появляются новые туристские фирмы – турагенты и туроператоры, относящиеся к негосударственному сектору экономики. В официальное издание Межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» – каталог «Туристские фирмы Сибири. 1995» было включено 16 томских предприятий туризма: «Альта», «Вэльт», «Интурист-Томск» и др. [3, с. 204–206]. В последующие годы формирование рынка туруслуг продолжается, появляется ряд новых фирм, некоторые же, напротив, сворачивают свою деятельность.

На переходном этапе социально-полезная деятельность, выходящая за рамки непосредственной

коммерческой деятельности предприятий, не являлась целевой функцией туристского бизнеса. На первый план выдвигалось формирование путей наиболее быстрого обогащения собственно предпринимателя, одним из них стала реализация зарубежных туристских путевок. Предпринимательской прибылью турпредприятий Западно-Сибирского региона на этом этапе невозможно измерить ценность вклада туризма в развитие общества, так как эта прибыль не наращивала туристских ресурсов и не могла служить катализатором подъема региональной экономики.

С 1991–1998 гг. в первую очередь развивался выездной туризм (отправка туристов за рубеж) как деятельность, не требующая капиталовложений в туристскую индустрию и создание туристского продукта. Этот вид туризма основан на продаже в России туристского продукта других стран. Этому способствовало принятие Федерального закона от 15 августа 1996 г. №114-ФЗ «О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию» [4], глобально изменившего иммиграционную политику государства.

После того, как действующее в течение нескольких десятилетий строгое ограничение выезда из страны было снято, немаловажное влияние на туристский бизнес региона оказал значительный спрос со стороны той части населения, которую можно назвать предпринимателями в области мелкооптовой торговли – «шоп-туристы». Первые шоп-туры были осуществлены в 1992 г. в Польшу, затем в Турцию и Китай. При этом наблюдалась стойкая тенденция к налаживанию достаточно доходной технологии шоп-тура турфирмами Западно-Сибирского региона. Явление это было связано с состоянием рынка потребительских товаров и общим экономическим положением, а также с отсутствием регулирования и контроля массового вывоза валюты за границу в обмен на низкокачественный товар.

Отсутствие четкого правового регулирования в деловом обороте в сфере туризма позволило части предпринимателей получить значительные прибыли за счет планирования налогооблагаемой базы. Действительно, количество туристских фирм, осуществляющих организацию выездного туризма, в 1995 г. в десятки раз превышало число фирм, занимающиеся въездным туризмом. Так, в Новосибирской области 76 фирм официально занимались организацией туристских поездок за рубеж, только 4 – формированием

собственного турпродукта. При опросе руководителей туристских фирм Западной Сибири большинство респондентов указало, что период 1991–1998 гг. можно считать самым прибыльным и успешным в их деятельности.

В Западной Сибири в начале 1990-х гг. по сравнению с концом 1980-х гг. происходит существенное изменение направления выездных туристских потоков. Помимо курортов бывших стран социалистического содружества: Болгарии, Румынии, Венгрии, Польши – стали возможными поездки в Турцию, Грецию, на Кипр, в США, Финляндию и другие страны [5, с. 21].

География деятельности туристских фирм Алтайского края охватывала Германию, Грецию, Китай, Испанию, ОАЭ, Таиланд, Францию и другие направления.

Анализ деятельности некоторых туристских фирм Алтайского края в 1991–1992 гг. показывает, что условия для развития иностранного туризма и частного предпринимательства в этой сфере пока еще не были созданы.

Отличительной чертой переходного периода является также исчезновение адресного, социального туризма. Социальный туризм осуществляется в интересах лиц с низким уровнем доходов и предполагает оказание им государственной помощи. По оценкам отечественных экспертов, в России к категории лиц, потенциальных потребителей социального туризма, в 1990 гг. можно было отнести не менее 80% населения. В период формирования рыночных отношений туристские предприятия ориентировали свою деятельность на извлечение прибыли и развивать социальный туризм было не в их интересах [6, с. 23]. Таким образом, коммерциализация сферы туризма в условиях падения уровня жизни большей части населения привела к тому, что гуманитарная функция туризма в новых условиях больше не реализуется.

С 1992 г. согласно постановлению Правительства РФ организацией международного туризма могли заниматься только фирмы, имеющие лицензии. С 1994 г. право выдачи лицензий туристским фирмам получили региональные органы управления туризмом. С каждым годом растет число выдаваемых лицензий. Так, Омским областным комитетом по молодежной политике и туризму в 1994 г. было выдано 5 лицензий, в 1995 г. – 33, в 1996 г. – 23, в 1997 г. – 23, в 1998 г. – 45, в 1999 г. – 58, в 2000 г. – 79, 2001 г. – 96.

С 1990-х гг. деловой туризм приобрел наибольший размах и стал самой доходной отраслью туризма. С профессионально-деловыми целями Новосибирскую область в 1997 г. посетили 10646 иностранцев. Самая значительная часть бизнес-туров приходилась на долю индивидуальных деловых поездок – 70,8%, на втором месте поездки для участия в семинарах – 12,6%, выставочный – 10,9% и конгрессный туризм – 3,3% [7].

1997 г. стал годом целенаправленной работы по развитию въездного, в том числе внутреннего туриз-

ма. Созданная в рамках Координационного совета по внешним связям межрегиональной ассоциации «Сибирское соглашение» комиссия по туризму провела заседание с руководителями крупных турорганизаций Сибирского региона, на котором была разработана концепция сотрудничества и взаимодействия всех участников этой сферы деятельности по формированию и продвижению туристского продукта Сибири и создания единой информационно-рекламной системы.

В апреле 1998 г. была создана Новосибирская ассоциация туристских организаций (НАТО), в которую вошли 16 фирм. В эти годы Новосибирск стал признанным туроператорским центром Западно-Сибирского региона. Число новосибирских турфирм, активно предлагающих свой продукт на местном рынке, в 1998 г. возросло на 46% по сравнению с 1997 г.

В структуре продаж по внутреннему туризму в 1998 г. преобладали программы местного отдыха (81,4%). После финансового кризиса в августе 1998 г. произошли серьезные изменения в структуре предложений отдыха, резко сократился выездной туризм, но это положительно отразилось на активизации внутреннего туризма. На первые позиции вышел, по мнению специалистов, отдых в России и в том числе в Сибири. Объяснялось это следующими обстоятельствами: с одной стороны, происходил рост числа турфирм, заинтересованных в работе по направлениям внутреннего туризма, из-за возврата россиян на отечественные курорты по причине их относительной дешевизны. С другой стороны, наблюдалось уменьшение числа зарубежных направлений, так как зарубежные партнеры выдвигали новые требования: внесения предоплаты, бронирования мест на авиарейсах и в гостиничных комплексах. Кроме того, в целом ряде стран ужесточились условия въезда для российских граждан, поэтому многие фирмы не смогли работать на условиях, принятых во всем мире, что отразилось на общей структуре предложения.

Во время кризиса 1998 г. в Новосибирске самые большие потери понесли фирмы, занимавшиеся организацией шоп-туров, карго-перевозками и организацией детского отдыха. От дефолта также серьезно пострадали фирмы, заранее проплатившие авиаперевозки, отели и услуги принимающей стороне. Многие фирмы вынуждены были сократить персонал, сдать в аренду излишки офисных площадей и отказаться от разветвленной сети филиалов.

В посткризисный период, в связи с интенсификацией внутреннего туризма, возник устойчивый спрос на внеклассные гостиничные услуги с сервисом, адекватным низкой цене размещения.

Финансовый кризис 1998 г. отразился и на развитии туристской индустрии. Если в 1998 г. в Омске было организовано 6 чартерных программ (в Болгарию – 2 чартера, Испанию – 2 чартера, по одному в ОАЭ и Турцию), то в 1999 г. – ни одного. Един-

ственным положительным моментом в сложной экономической и политической ситуации являлся тот факт, что жизнь заставила турбизнес обратиться к развитию внутреннего туризма. До августа 1998 г., по данным анкетирования, по российским маршрутам путешествовали около 2% омичей (не считая путевок, оплачиваемых из фонда социального страхования) от общего количества туристов. В 1999 г. ситуация в резко изменилась, первые летние месяцы показали, что внутренние направления стали лидирующими. Для отдыха туристов использовалась сохранившаяся база туристского и санаторно-курортного комплекса Омской области, Алтая, в том числе Белокурихи, Урала, Черноморского побережья.

Анализ туристского рынка Новосибирской области в конце 1990-х – начале 2000-х гг. показал, что туристский рынок области развивался быстрыми темпами (в 2000 г. налоговые отчисления туристских фирм составили 42,6 млрд руб.) [8, с. 2]. Ежегодно в Новосибирск приезжали с различными целями в среднем 10–12 тыс. иностранных граждан, из них собственно туристов было около тысячи. В 2000 г. более 24% иностранных граждан прибыли из Китая, США (14%), Северной Кореи (8%), Германии (7%), Южной Кореи (4%), Монголии (3%), других стран (40%). Спектр услуг, оказываемых туристскими фирмами, был довольно широк, причем обслуживались не только жители Новосибирска и области, но и соседних регионов. Всего за 2000 г. турфирмами области было отправлено за рубеж 31 тыс. чел., в область принято 17500 чел., по России путешествовали 22 тыс. чел. [9, с. 29].

По состоянию на 25 ноября 2000 г. лицензии на международную туристскую деятельность имели 117 организаций и 3 частных предпринимателя. Большинство из них выступали в качестве турагентов, т.е. перепродавали уже готовый турпродукт [10].

Количество туристов, отдыхающих в Горном Алтае, увеличивается год от года. Если в 1991 г. Горный Алтай посетило около 40 тыс. чел., то в 2000 г. – 224 тыс. чел., в 2001 г. – 403 тыс. чел., в 2003 г. – 413 тыс. чел. Из них число организованных туристов, отдыхающих на туристских базах и кемпингах республики, составило 130–140 тыс. чел., а количество иностранных туристов – более 4500 чел. [11, с. 39].

Программа «Зеленый дом», действующая в Республике Алтай с 1998 г., объединяет деревенские дома в Чемальском, Турочакском и Усть-Коксинском районах республики. Этот проект ориентирован на целевые группы туристов, к которым в первую очередь относятся семьи с детьми до 14 лет, пожилые люди и небольшие группы людей, объединенные общими интересами. Некоммерческим партнерством «Зеленый дом» издан полноцветный каталог с подробным описанием и фотографиями 28 объектов размещения различных категорий туристов.

В 2000 г. Горный Алтай стал вторым по популярности туристским районом, предлагаемым для от-

дыха турфирмами нашей страны. Он вошел в число лидеров туристских продаж (второе место после Сочи) благодаря обилию и разнообразию природно-рекреационных ресурсов, богатой и древней истории и активному развитию инфраструктуры [12, с. 5].

В Горном Алтае в 2002 г. действовало 94 туристских предприятия. В 1998 г. в Республике Алтай была создана Ассоциация туроператоров Алтая «Алтайское туристское соглашение». В 2002 г. ассоциация объединяла более 30 турпредприятий. Налоговые поступления в казну от туристской деятельности составили в 1999 г. 2,3 млн руб., 2000 г. – 5,2 млн руб., 2001 г. – 7,2, только за девять месяцев 2002 г. – 7,5 млн руб. [13, с. 21].

Исследование показало, что развитие туристской деятельности в Западной Сибири на переходном к рыночной экономике этапе (1991–1998 гг.) носило стихийный характер. Деятельность туристских фирм в этот период была обусловлена стремлением укрепить свои позиции на рынке, делая ставку на предоставление принципиально новых услуг. Сравнительно широкий ассортимент услуг, предлагаемых туристскими фирмами до 1991 г., с услугами фирм, осуществляющих туристскую деятельность в 1991–1998 гг., следует отметить, что принятие определенных нормативно-правовых актов сделало возможным оказание услуг по страхованию, оформлению выездных и въездных документов и др.

Отличительной чертой переходного периода является исчезновение социального туризма, ориентированного на людей с низким уровнем доходов. Деятельность турфирм региона в этот период была направлена на извлечение быстрой прибыли, поэтому развивать социальный туризм было не в их интересах. Анализ развития организованного туризма показывает, что в структуре турбизнеса Западно-Сибирского региона преобладают туристские организации, ориентированные на выездной туризм. Ориентация большинства турфирм региона на выездной туризм служит и будет продолжать служить катализатором подъема экономик тех стран, куда выезжают наши туристы, а не Западно-Сибирского региона, поскольку валюта «уходит» за рубеж. Следовательно, в региональном масштабе не реализуется не только социальная, но и экономическая функция туризма.

Финансовый кризис 1998 г. внес серьезные изменения в структуру предложений отдыха. Резко уменьшился сегмент выездного туризма, но вместе с тем активизировалось развитие внутреннего туризма. Однако в 1999 г. – в начале 2000-х гг. выездной туризм вновь становится определяющим в деятельности большинства турфирм Западной Сибири.

В 1990–2000-е гг. наряду с совершенствованием прежних появляются новые формы обслуживания населения: организация отдыха туристов в «зеленых домах», предоставление качественно новых экскур-

сионных услуг, организация образовательных, экстремальных туров и др.

Анализ потока иностранных граждан в регион показывает тенденцию к увеличению. Если в 1990-е гг. визиты иностранных граждан имели, преимущественно характер деловых поездок, то начиная с 2000-х гг. возрастает количество иностранцев, приезжающих в регион с туристскими целями. Наблюдается увеличение въездных потоков в регион из различных областей России, а также повышение интереса жителей Западной Сибири к отдыху в своем регионе.

Количественное соотношение фирм, специализирующихся на въездном и внутреннем туризме, соответствует географическому положению краев и областей Сибири. Поскольку въездной туризм в регионе представлен в большей степени активными формами (пешеходные, рыболовные, горнолыжные туры), то местонахождение принимающих фирм совпадает с эколого-рекреационным потенциалом региона. По данным регионального информационно-аналитического центра STI, в 1999 г. большая часть фирм, занимающихся только приемом туристов в Западно-Сибирский регион, находилась на Алтае (22% алтайских фирм специализировались на приеме туристов). Среди новосибирских фирм только 4,5% связывали перспективы своей деятельности с развитием въездного туризма. Большинство региональных турфирм по-прежнему не являются фактическими производителями услуг, а выполняют посреднические функции по реализации услуг, производимых вне региона. Хотя эта деятельность и приносит определенные доходы в бюджет, но размер их не таков, чтобы говорить о создании лояльных экономических условий турфирмам со стороны государства, которое не может инвестировать в посредническую деятельность. Туристскую отрасль считают дотационной, решающей исключительно социальные задачи.

Развитие туризма в 1991–2005 гг. наглядно отражает социально-экономическую ситуацию Западно-Сибирского региона и характеризуется отсутствием сбалансированной государственной политики в сфере туризма. Стихийное развитие туризма в Западной Сибири свидетельствует о неуправляемом процессе становления организованного туризма в регионе, что в дальнейшем может привести к обострению имеющихся проблем.

Важным фактором стабилизации организованного туризма и увеличения внутреннего туристского потока в Западной Сибири является решение Правительства РФ о создании особых экономических зон (ОЭЗ) рекреационного типа, которые будут посещать как россияне, так и гости из-за рубежа.

В Республике Алтай создается туристско-рекреационная зона «Алтайская долина», расположенная на участке 850 га на правом берегу Катунь в 25 км от Горно-Алтайска. Здесь предполагается строи-

тельство семейного оздоровительно-спортивного комплекса, состоящего из семи гостиниц, нескольких спортплощадок, создание искусственного озера площадью 50 га. По словам руководителя территориального органа по управлению ОЭЗ В. Полетаева, в «Алтайской долине» смогут одновременно отдыхать 3,5 тыс. чел. Только на этом участке ОЭЗ будет создано 2,4 тыс. новых рабочих мест. В Майминском районе Горного Алтая помимо «Алтайской долины» за счет инвестиционных ресурсов планируется построить горнолыжный курорт международного уровня «Манжерок» (стоимость проекта 2,8 млрд руб.). По мнению главы Республики Алтай А. Бердникова, с созданием ОЭЗ туристско-рекреационного типа количество туристов в республике возрастет в три раза и достигнет 1,5 млн чел. в год. На создание ОЭЗ Республика Алтай из всех источников до 2013 г. получит более 12 млрд руб., в том числе 4,8 млрд руб. из федерального бюджета [14].

ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» расположена на левом берегу Катунь в районе горы Красный камень в Алтайском районе Алтайского края. «Бирюзовая Катунь» является пилотным проектом, поскольку была организована на территории уже действующего туристического комплекса.

Характеристикой инвестиционной привлекательности является схема финансирования проекта ОЭЗ, не имеющая аналогов в России, – государственно-частное партнерство. В рамках реализации проекта ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» предполагается финансирование создания инженерной инфраструктуры за счет государства и туристских объектов за счет частных инвестиций. При этом резидент ОЭЗ имеет возможность получить под застройку уже подготовленный к освоению земельный участок с правом его последующего выкупа, при условии строительства на нем объектов оказания туристско-рекреационных услуг.

Инвестиционную привлекательность повышают налоговые льготы. Это освобождение от уплаты налога на имущество и на землю в течение 5 лет и другие льготы.

Территория, отведенная под размещение ОЭЗ «Бирюзовая Катунь», самая большая среди всех зон туристско-рекреационного типа России и составляет 3326 га. Отличительной особенностью климата этой зоны является высокая ионизация воздуха, превышающая показатели Швейцарских Альп более чем в 2 раза. Уже созданная инфраструктура туризма включает искусственное озеро, прогреваемое до +23 °, пруд для рыбалки, ресторан, горнолыжный подъемник и кафе. На «Бирюзовой Катунь» активно развиваются водные экстремальные виды спорта: сплавы на рафтах, байдарках, катамаранах и др.

Общая стоимость реализации проекта составляет 433 млн евро, из них объем частных инвестиций – 244 млн евро [15, с. 12–13].

Осуществление данного проекта обеспечит около 5,5 тыс. новых рабочих мест. Будет создано 3,5 тыс. мест для размещения и полноценного отдыха туристов. Особенностью ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь» станет расположение рядом с ней игровой зоны «Сибирская монета». Общая стоимость проекта составит более 30 млрд руб. Близкое

расположение этих зон значительно сократит расходы на создание инфраструктуры.

В связи с развитием ОЭЗ туристско-рекреационного типа в Западной Сибири возрастет поддержка развития туризма государством, увеличится выделение бюджетных средств и привлечение средств частных инвесторов на развитие региона.

### Библиографический список

1. Ведомственный архив Федерации профсоюзных организаций Томской области. – Ф. 29. – Оп. 1. – Д. 221.
2. Арефьев, В.Е. Туризм на Алтае: Предпосылки развития и проблемы полезности / В.Е. Арефьев, А.В. Чудов. – Барнаул, 1994.
3. Викторов, З.В. Проблема статистики туризма и современные тенденции развития туризма в регионе / З.В. Викторов // Возможности развития туризма Сибирского региона и сопредельных территорий. – Томск, 2001.
4. Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996. – 19 августа. – №34. – Ст. 4029.
5. Морозов, В.А. Государственное регулирование развития индустрии туризма на современном этапе / В.А. Морозов // Туризм: право и экономика. – 2004. – №4.
6. Попова, Р.Ю. Государственное регулирование становления и развития туризма в России на переходном этапе / Р.Ю. Попова. – М., 1997.
7. Развитие туризма в Новосибирской области на 1998–2007 гг.: областная целевая программа, утвержденная 20 октября 1998 г. // Континент Сибирь. – 1998. – 6 дек.
8. Стратегический план устойчивого развития г. Новосибирска: проект. – 2003. // STI – Бюллетень регионального информационно-аналитического центра. – 2000. – №7.
9. Малыгина, А.П. Достоверная статистическая информация – инструмент стратегического планирования в сфере туризма / А.П. Малыгина // Формирование современной маркетинговой стратегии продвижения турпродукта Сибирского региона: матер. науч.-практ. конф. – Новосибирск, 2002.
10. Новосибирская область изучила свой туризм // RATA : ежедневная электронная газета для профессионалов турбизнеса. – 2001. – 15 февр. – №227.
11. Данные Комитета по туризму Республики Алтай. – Горно-Алтайск, 2003.
12. Горный Алтай готов к борьбе за туриста // STI – Бюллетень регионального информационно-аналитического центра. – 2000. – № 5.
13. Данные Комитета по туризму Республики Алтай. – Горно-Алтайск, 2002.
14. Бовтун, И.В. Стратегия развития туризма Сибири / И.В. Бовтун // Малые республики Сибири: культурно-исторический и социально-политический облик на рубеже тысячелетий : материалы Первой межрегиональной научно-практической конференции молодых исследователей / под ред. Н.Я. Артамоновой. – Абакан, 2007.
15. Бовтун, И.В. Государственная поддержка сферы туризма в Сибири / И.В. Бовтун // Экономика. Сервис. Туризм. Культура (ЭСТК-2007) : IX Международная научно-практическая конференция : сб. ст. – Барнаул, 2008.